

ABSTRAK

Fadli, Fatwa Yarjun. 2026. *Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Ilustrator Independen @JGD.Archive Dalam Menjual Ilustrasi Melalui Platform Instagram, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jember, Pembimbing : Ari Susanti, S.Sos.,M.Med.Kom.*

Kata kunci: komunikasi pemasaran digital, AISAS, Instagram, Ilustrator independen, *personal branding*

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi pemasaran digital yang dilakukan oleh ilustrator independen dalam menjual karya ilustrasi melalui platform Instagram, serta memahami peran interaksi dalam membangun kepercayaan audiens. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskripsif. Objek penelitian adalah akun Instagram @JGD.Archive yang digunakan sebagai media utama dalam aktivitas pemasaran digital. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi terhadap konten dan aktivitas akun, serta wawancara dengan pemilik akun sebagai informan utama. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran digital yang diterapkan telah berjalan secara sistematis dan sesuai dengan model AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Share). Pada tahap attention dan interest, akun mampu menarik dan membangun ketertarikan audiens melalui visual yang konsisten dan konten kreatif. Pada tahap search, audiens secara aktif mencari informasi melalui profil dan komunikasi langsung. Tahap action ditandai dengan terjadinya transaksi melalui interaksi personal antara ilustrator dan klien, yang dipengaruhi oleh kepercayaan dan kualitas komunikasi. Sementara itu, pada tahap share, aktivitas berbagi seperti repost dan testimoni berperan dalam memperluas jangkauan serta meningkatkan kredibilitas akun melalui digital word of mouth. Selain itu, interaksi antara ilustrator dan audiens terbukti memiliki peran penting dalam membangun kepercayaan, yang menjadi faktor utama dalam keputusan penggunaan jasa ilustrasi. Dengan demikian, Instagram tidak hanya berfungsi sebagai media promosi, tetapi juga sebagai media komunikasi dan transaksi dalam pemasaran jasa ilustrasi.

ABSTRACT

Fadli, Fatwa Yarjun. 2026. *Digital Marketing Communication Strategy of Independent Illustrator @JGD.Archive in Selling Illustrations Through Instagram Platform, Communication Science Study Program, Faculty of Social and Political Sciences, Muhammadiyah University of Jember, Supervisor: Ari Susanti, S.Sos.,M.Med.Kom.*

Keywords: *digital marketing communication, AISAS, Instagram, independent illustrator, personal branding*

This study aims to analyze the digital marketing communication strategy implemented by an independent illustrator in selling illustration works through Instagram, as well as to understand the role of interaction in building audience trust. This research uses a qualitative approach with a descriptive research type. The object of this study is the Instagram account @JGD.Archive, which is used as the main platform for digital marketing activities. Data collection techniques include observation of account content and activities, as well as in-depth interviews with the account owner as the main informant. The results show that the digital marketing strategy applied has been systematically implemented in accordance with the AISAS model (Attention, Interest, Search, Action, Share). At the attention and interest stages, the account successfully attracts and engages audiences through consistent visuals and creative content. At the search stage, audiences actively seek information through the profile and direct communication. The action stage is marked by transactions conducted through personal interaction between the illustrator and clients, influenced by trust and communication quality. Meanwhile, at the share stage, activities such as reposts and testimonials contribute to expanding reach and increasing account credibility through digital word of mouth. Furthermore, interaction between the illustrator and the audience plays a significant role in building trust, which becomes a key factor in the decision to use illustration services. Therefore, Instagram functions not only as a promotional medium but also as a communication and transaction platform in digital marketing for creative services.